

RHÔNE Entreprise

Le Bon Gustave déniché le bon vin en mode digital

Son concept casse les codes de la distribution de vins. Clémence Durieux, fondatrice du Bon Gustave (Lyon 3^e) qui permet de retrouver vos bouteilles coups de cœur à partir d'une photo, fait partie de ces patronnes qui font bouger les lignes. Elle témoignera, ce jeudi, au Salon des entrepreneurs, à Lyon.

Si Le Bon Gustave a un flair indéniable pour retrouver un vin que vous avez apprécié en restaurant et que vous souhaitez acheter pour revivre une émotion, Clémence Durieux, la fondatrice de cette entreprise lyonnaise lancée il y a près de trois ans, ne manque pas d'audace entrepreneuriale. La jeune femme de 29 ans, qui avait intégré il y a quelques années Emlyon avec la passion du vin chevillée au corps, n'a pas hésité à casser les codes de la distribution avec un canal innovant et digital.

« Aider à acheter intelligemment du vin »

À partir d'une photo de bouteille, d'une étiquette, son en-



Clémence Durieux a fondé l'entreprise Le Bon Gustave il y a près de trois ans. Photo DR/Le Bon Gustave

treprise vous permet de retrouver le flacon que vous convoitez, vous propose un devis en ligne et vous livre sous 48 à 72 heures... Une petite révolution et une belle vision qu'elle vient exposer

ce jeudi, lors d'un débat d'actualité au Salon des entrepreneurs de Lyon. « J'ai toujours beaucoup cru en l'exemplarité et j'espère en intervenant sur le salon faire ressortir quelques vocations », souligne-t-elle.

La tentation du marché asiatique

Son entreprise, qui a intégré quatre salariés (développeur, dénicheurs de vins, responsable communication), compte aujourd'hui 1 800 clients en France. Elle est en plein développement, avec une levée de fonds de 400 000 euros en cours de finalisation. Un tour de table réalisé auprès de « *business angels* passionnés de vins, parisiens et lyonnais », qui entreraient dans le capital à hauteur de 20 %. Leur investissement permettra au Bon Gustave d'aller plus avant dans l'automatisation de process, ce qui permettra de libérer du temps pour le développement commercial. Dans son modèle économique, la société mise beaucoup sur la fidélisation : « Nous voulons aider à acheter intelligemment du vin,

créer une vraie relation personnelle avec le client et développer des conseils et suggestions d'achat, poursuit Clémence Durieux. Nous pouvons retrouver des vins français, étrangers, des pétillants... Auvergne-Rhône-Alpes constitue aujourd'hui une grosse partie de la clientèle, le bouche-à-oreille a fonctionné. Nous devons aujourd'hui aller chercher du volume, pour rentrer dans la croissance ».

Le Bon Gustave a réalisé l'an dernier 110 000 euros de chiffre d'affaires (CA), avec un panier moyen à 240 euros TTC (les ventes se font à partir de six bouteilles). La société entend faire de nouvelles conquêtes au sein d'une clientèle qui est pour l'heure à 80 % masculine. Le CA, lui, devrait être doublé cette année. L'entreprise envisage de trouver de nouveaux leviers de développement à l'étranger, où elle pourrait développer son service « d'ici un an et demi ou deux ans », probablement en Asie ; auprès d'un public friand d'applications digitales mais aussi de découvertes et d'apprentissage en matière de vin.

Valérie BRUNO

Trois pôles d'entrepreneurs montés dans l'agglomération

Leur naissance avait déjà été évoquée l'an dernier, lors de la présentation de Lyve, système d'accompagnement des entrepreneurs lyonnais mis en place par la Métropole de Lyon, qui s'appuie notamment sur une plateforme digitale. Inscrits dans ce même projet, trois pôles d'entrepreneurs s'apprêtent à voir le jour à Neuville-sur-Saône, Givors et La Duchère, cofinancés par la Métropole de Lyon, à hauteur de 7,5 millions d'euros, la Région Auvergne-Rhône-Alpes pour 4 millions d'euros et des fonds européens (1,4 million d'euros).

Entre 25 et 30 entreprises par pôle

Le principe de ces pôles entrepreneuriaux, conçus comme des lieux d'hébergement et d'accompagnement d'entrepreneurs tout au long de leur parcours de création et de développement, a été présenté ce mercredi par David Kimelfeld, président de la Métropole, sur le Salon des en-



David Kimelfeld a présenté le principe des trois pôles entrepreneuriaux, bientôt à Givors, Neuville et La Duchère. Photo Progrès/Valérie BRUNO

trepreneurs. « Le rôle de la Métropole est de « booster » l'acte d'entreprendre », a-t-il notamment estimé. Le pôle de La Duchère (Lyon 9^e) sera le premier à ouvrir le bal, avec une mise en orbite prévue autour du 25 juin. Il sera suivi à quelques jours d'intervalle par

celui de Givors. Le bâtiment du pôle de Neuville-sur-Saône sera livré en septembre. Entre 25 et 30 entreprises de tous horizons peuvent être accueillies sur chaque pôle, sur trois ans maximum. Ces espaces proposeront aussi du *coworking*.

V. B.

Un rendez-vous dédié à l'émergence et à la croissance



Le Salon des entrepreneurs se poursuit ce jeudi. Photo Progrès/Maxime JEGAT

L'événement, initié ce mercredi à la Cité internationale de Lyon, se poursuit ce jeudi. Ouvert gratuitement aux dirigeants ou futurs créateurs ou créatrices d'entreprise, le Salon des entrepreneurs de Lyon est dédié à l'émergence de projets ou à leur croissance. Il se veut aussi un accélérateur de business. Outre des stands permettant de s'informer en matière de création, transmission, reprise, financement, lancement de sites web, le rendez-vous permet un partage d'expériences. Des conférences ou débats d'actualité sont organisés. Des témoignages d'entrepreneurs qui font bouger les lignes sont ainsi prévus ce jeudi, avec par exemple Hervé Legros, fondateur d'Alila, acteur du logement pour tous ou encore Arnaud Montebourg, cofondateur de Bleu Blanc Ruche.

Le salon se poursuit ce jeudi de 9 heures à 18 heures à la Cité internationale, Lyon 6^e. Inscription gratuite : www.salondesentrepreneurs.com